

스토리텔링 기반의 웹 인터페이스 디자인에 관한 연구

A Study on Storytelling Based Web Interface design

주저자 : 박준우(Park, jun woo)

한양대학교 응용미술과

공동저자 : 유금(Ryu, guem)

한양대학교 응용미술과



Abstract

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

2. 이론적 배경

2-1. 웹 GUI 디자인의 개념 및 특징

2-2. 디지털 스토리텔링의 개념 및 사례

3. 4차원적 웹 인터페이스 디자인

3-1. 3차원적 웹 인터페이스 디자인 분석

3-2. 요소별 디자인 스토리텔링

3-3. 스토리텔링을 통한 4차원적 웹 인터페이스

4.

www (World Wide Web)이라는 단어는 이제 더 이상 우리들에게 전혀 생소하게 다가오지 않는다. 인터넷이라는 매체를 통해서 사람들의 생활 패턴 패러다임(Paradigm)은 크게 변하게 되었다. 이제 사람들은 인터넷을 통해서 많은 정보를 습득하고 있는 것이다. 이는 온라인세상이 오프라인세상 만큼 사람들의 생활의 중심에 크게 뿌리 박혀 있다는 반증적인 요소일 것이다.

이는 디자인계에도 큰 변화를 가져왔다. 디자인의 가장 큰 부분을 차지하고 있던 출판이나 제품 분야보다, 화면을 구성하는 GUI(Graphic User Interface) 디자인 분야가 각광을 받기 시작한 것이다. 이는 컴퓨터로 인터넷을 사용하는 사용자들의 욕구가 늘어나면서 이를 충족시켜주기 위해서는 자연스럽게 생겨나는 현상이었을 지도 모르겠다.

기존의 단순한 화면구성과 그저 유저빌리티(Usability)가 좋은 GUI를 원하던 사람들도 더욱 재미있고 보기도 좋은 화면을 원하게 되었다. 이로 인하여 기존에 디자인 발전과정은 1차원적 디자인(점, 선), 2차원적 디자인(면), 3차원적 디자인(공간)에서 벗어나 이제 대중들은 4차원적인, 즉 시간의 개념을 도입한 디자인을 원하게 된 것이다. 시간의 도입이라 하면 스토리를 가진 디자인을 말한다.

디지털 스토리텔링(Digital Storytelling)이야말로 이러한 대중들의 욕구를 해소해줄 수 있는 기법 중에 중요한 하나라고 할 수 있겠다.

본 연구에서 기본적인 웹 인터페이스 디자인의 개념과 특징들에 대해서 알아보고, 디지털 스토리텔링이 개념과 디지털 스토리텔링이 현재 우리사회에 얼마나 적용되어 있고, 우리가 사용하고 있는 지에 대해 사례를 조사한다. 이렇게 조사된 사례들을 바탕으로 현재 운영되고 있는 웹 사이트의 인터페이스 디자인에 대해서 분석 하되, 디자인 요소별로 각각 분석한다. 이렇게 분석된 데이터를 통해서 각 요소별 디지털 스토리텔링 기법을 적용하면 어떻게 GUI 디자인이 발전할 수 있는 가를 알아보고, 마지막으로 화면 연동상, 즉 하이퍼링크를 연결하는데 있어서도 디지털 스토리텔링이 어떻게 적용되는 지에 대해서 알아보도록 하겠다. 전체적인 GUI 디자인이 디지털 스토리텔링을 만나서 어떻게 진화해 나가는지가 본 연구의 큰 결과라고 하겠다.

Abstract

The word World Wide Web (WWW) is no longer an unfamiliar word to us. The paradigm of people's living patterns has changed greatly through the medium called the Internet. This is a clear proof the online world is as important to people's lives as the offline world.

As the Internet permeated through people's lives, the design industry also experienced great change. The design field of the Graphic User Interface (GUI) has begun to receive more attention than the field that used to be the biggest design field, the field of publishing and product design. This is probably a natural phenomenon originating from the need to satisfy the increase in demand from users who use the Internet.

Even those who formerly used to want just a simple screen layout and a GUI with good usability now want a more interesting and good looking screen. As opposed to the old 1 dimensional (dot, line), 2 dimensional (surface), and 3 dimensional (space) designs, the public now want a 4 dimensional design that reflects the idea of time. The inclusion of time means a design that has a story.

Digital storytelling is one of the most important thing that can satisfy the public's desire for such items.

This research will examine the concept and characteristics of web interface design, the concept of digital storytelling and its application and use in our society through examples. Based on the data from these researched examples, the interface design of modern web sites will be analyzed according to the various design factors. Based on this data, an examination is made on how GUI design can develop through the application of digital storytelling methods on the various design factors, and finally an examination is made into how digital storytelling can be applied to hyperlinks as well. The major result

of this research is finding out how overall GUI design has evolved with the introduction of digital storytelling

(keyword)

GUI, Digital Storytelling, Web site

1.

1-1. 및 목적

온라인 세상, 즉 월드 와이드 웹 환경은 우리에게 이제 단순하게 편지를 주고받고, 채팅을 통해서 이야기하는 차원의 이야기가 아닐 것이다. 우리가 시대를 살아가는 방법적인 면에 있어서 큰 패러다임(paradigm)의 변화를 가져온 것이다.

예전 우리 아버지 세대는 아침에 집 앞으로 배달되어 오는 신문에서나, TV를 통해서 뉴스를 보는 것에서 거의 모든 정보를 얻고, 사람들과 정보 커뮤니케이션의 거의 모든 수단이였다. 하지만 지금의 사회는 이정도 속도의 정보 커뮤니케이션을 통해서 살아갈 수 없는 세상이 되어버렸다.

“인터넷에 없으면 세상에 없다.”라는 말이 만들어 질 만큼 지난 짧은 세월동안 사람들은 너무나도 빠르고 방대한 양을 온라인 세상에 담아놓았다.¹⁾

이것은 온라인을 사람들이 더 이상 모니터 앞에 앉아서 방출되는 빛이라고 생각하지 않고 그것을 자신들이 생활하는 방이나 집 그리고 학교 같은 하나의 공간으로 인식한다. 즉 하나의 가상현실 세계를 만들어내는 환각(幻覺) 증상이라고도 말할 수 있겠다.

우리가 온라인 공간, 웹에서 필요로 하는 것은 행동의 자유, 명확한 경로, 맞춤 서비스, 신속한 배달, 즉각적인 응답이다. 이것은 도서관, 테마 파크, 백화점등을 설계할 때 고려하는 사항들이다. 이는 웹 사이트도 마찬가지이다. 그 웹 사이트가 즐겁나 그렇지 않느냐의 문제는 페이지와 파일들 사이를 얼마나 성공적으로 이동할 수 있으며, 그 각 페이지들이 얼마나 유저들에게 즐거움을 줄 수 있느냐의 문제일 것이다.²⁾

1) , 성공적인 웹 사이트 구축을 위한 웹 기획 & 웹프로젝트 매니지먼트, 영진닷컴, 2002, p.21

2) Jennifer Fleming, WEB NAVIGATION, 한빛미디어, 2000,

이러한 것은, 웹 공간은 사람이 느낄 수 있는 오감 (five senses, 五感) 중 촉각, 후각, 미각은 사용이 불가능하다. 즉 시각과 청각을 이용하는 공간인 것이다. 그 중에서도 시각이 80%이상의 범위를 차지하고 있다. 사람의 눈을 통해서 온라인 공간을 사용하는데 있어서 사용자가 불편을 느끼거나 불만을 가지지 않게 하는 것이 웹 유저빌리티이고 이를 해결해 줄 수 있는 것이 효과적인 웹 인터페이스 디자인, GUI 디자인인 것이다.

현재 온라인상에는 수많은 사이트들이 존재하고 이러한 각 사이트는 저마다 좋은 인터페이스 환경을 구축하고자 노력한다. 물론 이 기준은 앞에서 언급한바와 같이 사용자(User)의 유저빌리티를 기준으로 하여 사용자가 효율적으로 사이트를 서핑(Surfing)하고, 시행착오를 줄일 수 있도록 하는 노력이 대부분일 것이다. 하지만 요즘 모든 사람들의 라이프 패턴 자체가 웰빙(Wellbeing)이나 재미(Fun)를 요구하는 것처럼 GUI에서도 사용자가 툴(Tool) 자체를 편안하고 효율적으로 쓰는 것은 당연하다고 생각하고 있다. 즉 재미적인 요소를 강하게 원하고 있는 것이 요즘 대중들의 특징이고, 이러한 욕구(Needs)에 대해서 만족시켜줄 의무가 우리에게 있는 것이다.

그럼 이러한 대중들의 욕구를 어떻게 충족시켜 줄 것이냐 하는 것이 과제이다. 이를 충족시켜주기 위한 방법중에 하나가 스토리텔링일 것이다. 즉 GUI 자체에서도 대중들이 즐길만한 이야기 거리를 첨부하여 줌으로써 온라인상에서도 재미적인 요소를 첨가시켜 주는 것이다. 이것이 바로 디지털 스토리텔링 기법을 적용한 온라인 사이트 구축일 것이다.

본 연구는 이와 같이 온라인 웹상에서 효과적인 커뮤니케이션이 가능하도록 인터페이스 디자인의 모델을 제시해 주는 것에 목적이 있다.

이를 위해서 웹상에서의 인터페이스 역할을 하는 GUI 디자인을 디지털 스토리텔링과 접목시킨 새로운 4차원적 인터페이스 디자인이 어떤 것인가에 대해서 모색하며, 스토리텔링을 기반으로 한 GUI 디자인이 발전해 나가는데 한 부분을 형성할 것이며, 이러한 연구 결과들을 인터페이스 디자인이 진화해 나가는데 유용한 자료로 활용될 것을 기대한다.

2. 배경

2-1. GUI 디자인의 개념 및 특징

유저빌리티, 인포메이션 아키텍처, 사용자를 위한 웹 사이트 같은 단어는 이제 사람들의 입에 쉽게 오르내리며 그리 어려운 단어처럼 들리지도 않는 말이 되버렸다. 그중에서도 유저빌리티라는 단어는 마치 바이러스만큼 빠르게 세상을 파고들었다. 유저빌리티란 사용자가 컴퓨터와 같은 제품 또는 시스템을 사용할 때 얻는 경험과 기억을 바탕으로 판단할 수 있는 기능성, 안정성, 효율성, 심미성 등이 유저빌리티의 기본 요소라고 볼 수 있다. 유저빌리티를 적용해야만 하는 중요한 목적은 사용자와 매체간의 원활한 커뮤니케이션이다.³⁾

이런 유저빌리티를 가시화(可視化) 시키는 것이 바로 GUI 디자인이다. 크게는 인터페이스(Interface)라고 부를 수도 있겠지만 GUI 디자인은 인터페이스라는 큰 울타리 안에서 그래픽적인 요소를 가장 우선시하는 범위에 속해있다고 말해야 할 것이다. 인터페이스라는 말은 원론적인 측면에서 2개의 다른 세계가 접하는 곳에서 발생하는 면(面)을 가리키는 화학 용어이다. 다른 2개의 물질이 접하는 면이라는 것에서 “계면(界面)”이라고도 하는데, 여기에서 파생되어 사람과 도구 및 기계와 접면 도구·기계와 대상과의 접촉을 의미하는 것으로 쓰이게 되었다.⁴⁾ 인터페이스라는 것은 두개 이상의 관계성을 가진 상호 접촉면을 뜻하는 말이었으나 그 용어의 활용도에 있어서 정보통신 분야에서 주로 많이 사용하게 되었고, 이제는 그 뜻이 일반적으로 인간과 컴퓨터, 인간과 기계간의 상호관계성을 나타내는 용어로 사용하게 된 것이다.⁵⁾

그럼 인터페이스보다 작은 의미인 GUI 디자인에 대해서 알아보도록 하겠다. GUI는 문자 그대로 전자화된 시각 표시 매체를 통하여 주어진 임무를 달성하고자 할 때, 필요한 조작 정보를 회화적(Graphic)으로 사용자에게 제공하는 인터페이스를 의미한다. 일반적으로 GUI는 CRT⁶⁾ 표시와 같이 한정된 공간에서 정보를 제

3) , 웹유저빌리티, 영진닷컴, 2002, p.20 p.194

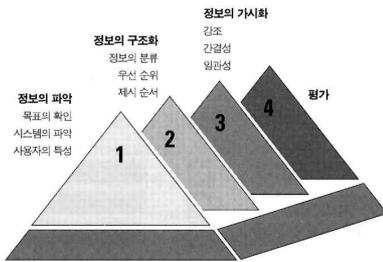
4) 카이호 히로유키 외 공저/ 박영목, 이동연 옮김, 인터페이스란 무엇인가, 지호, 1998, p.37

5) 민영삼, 휴대용 기기의 인터페이스에 관한 연구, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원 퓨전디자인학과, 2004, p.4

6) 음극선관 [陰極線管, cathode-ray tube] 고진공전자관으로서 음극선, 즉 진공 속의 음극에서 방출되는 전자를 이용해서 가시상

시하는 방법을 채용하고 있어 모든 정보를 한꺼번에 제시할 수 없으므로, 정보를 계층화하고 시간축 상으로 나누으로써 효율적인 정보전달을 꾀하고 있다. 이것이 GUI 디자인의 특징이라고 말할 수 있겠다.

GUI 디자인의 프로세스는 추상화된 정보를 구체적인 표시 또는 조작 정보로 변환하는 과정으로써 3단계로 나누어서 생각해 볼 수 있다. ①정보의 파악, ②정보의 구조화, ③정보의 가시화가 그 3단계인 것이다.



[그림 1] 화면 디자인의 절차

이러한 GUI 디자인에 있어서 기획단계를 넘어서면 다음은 실질적인 디자인 단계로 넘어갈 수 있다. GUI 디자인 컨셉에 있어서 기본적인 사항은 가시성, 이해도, 사용편이성, 심미성이다. 이들 항목은 사이트의 기능 차이에 따라서 각각의 가중치가 다르다.

그리고 GUI 디자인을 하는데 있어서 빠져서는 안 될 하나가 바로 레이아웃(layout) 방법일 것이다. 화면의 레이아웃 포인트는 다음의 세 가지 항목이다. ①정보의 내용과 양의 결정 ②정보의 우선순위 ③정보의 분류와 레이아웃. 제시할 정보의 내용과 분량을 정할 때는 목적이 명확하고, 내용이 길지 않아야 한다는 것을 염두에 두고, 전체정보량과 계층의 단계를 고려하여 한 화면에 표시할 정보량을 결정해야 한다.

웹 사이트가 공간이라는 것을 인정한다면 그 속에 우리가 집어 들고, 조작하고, 클릭하거나 그 외의 방법으로 상호작용 할 수 있는 사물이 있다고 생각하는 것은 자연스러운 일이다. 인터페이스상에서 버튼을 클릭하거나 스크롤 할 수 있는 드롭다운 메뉴 혹은 마우스를 가져가면 반응하는 것들이 우리가 일상생활에서 하는 행위와 별반 다르지 않다는 것이다. 이것은 이 두 공간에서의 행위 자체가 모두 사람에 의해서 행해지는 것

(可視像) 만드는 표시장치.

이기 때문에 이러한 공통분모가 존재할 수밖에 없는 것이다. 이것은 사용자 중심의 산업디자인과 별반 다르지 않은 내용인 것이다. Donald Norman⁷⁾이라는 심리학자는 [표 1]에서 보는 바와 같이 7단계의 행동으로 디자인에 대해서 질문하는 것이 좋다고 말했다.⁸⁾

행동의 7단계	디자인에 대한 해당 질문
목표 설정	얼마나 쉽게 장치의 기능을 알 수 있는가?
의도 설정	어떤 행동이 가능한지 얼마나 쉽게 말할 수 있는가?
행동 지정	의도한 것을 물질적 이동으로 얼마나 쉽게 매핑할 수 있는가?
행동 실행	얼마나 쉽게 행동할 수 있는가?
상태 인식	시스템이 바람직한 상태인지를 얼마나 쉽게 구별할 수 있는가?
상태 해석	시스템 상태에서 해석까지 얼마나 쉽게 매핑할 수 있는가?
결과 평가	시스템이 어떤 상태에 있는지 얼마나 쉽게 알 수 있는가?

[표 1] 7단계의 행동과 각각에 해당하는 디자인 질문들

위의 Norman이 말한 7가지 행동단계와 그에 대한 디자인 질문은 산업디자인에서 뿐만 아니라 웹 사이트 GUI 디자인에도 동일하게 적용되는 항목일 것이다. 위의 7가지 단계는 GUI를 구축하는데 있어서 기본적으로 사용자의 욕구를 충족시키는 밑거름이 될 것이다. 그 이유는 앞에서 말한바와 같이 모두 사람의 행동에서부터 시작되는 일이기 때문이다.

2-2. 스토리텔링의 개념 및 사례

우리는 자면서도 스토리텔링을 한다. 바로 사람이라면 누구나 꿈을 꾸기 때문이다. 스토리텔링은 결코 어려운 단어가 아니다. 말 그대로 꿈을 꾸는 것도 스토리텔링이고, 동화를 쓰는 것도 스토리텔링이며, 영화 또한 스토리텔링이다. 어쩌면 살아가는 것 자체가 스토리텔링

7) Donald Norman은 "The design of everyday things" 등의 저서들을 통해 인지심리학과 인지공학에 기반한 사용성의 중요성을 역설했던 사람이다

8) 오종혁저, 성공적인 웹 사이트 구축을 위한 웹 기획 & 웹프로젝트 매니지먼트, 영진닷컴, 2002, p.21

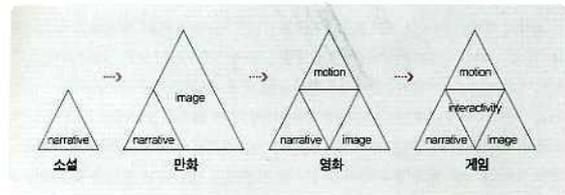
중인 것이다. 스토리텔링은 사건에 대한 진술이 지배적인 담화 양식이다. 사건 진술의 내용을 스토리라 하고 사건 진술의 형식을 담화라 할 때 스토리텔링은 스토리, 담화, 이야기가 담화로 변하는 과정의 세 가지 의미를 모두 포괄하는 개념이다. 즉 스토리텔링은 그 단어 자체에서도 알 수 있듯이 스토리(story)와 텔링(telling)의 합성어이다. 예를 들어 동화는 어떤 사람이 어떻게 이야기하느냐에 따라 재미와 감동의 정도가 달라진다. 뛰어난 구연동화가는 청중인 아이들을 상상의 세계로 데려 가지만, 서투른 구연동화가는 아이들을 지겹게 한다. 이 때 동화가 스토리라면, 그것을 더 재미 있고 생생하게 이야기하고 전달하는 행위가 스토리텔링이다. 스토리텔링의 중요성은 같은 이야기라도 누가 어떻게 전해 주느냐에 따라 재미와 감동의 정도가 달라진다. 영화나 드라마를 만들 때, 같은 시나리오라도 감독의 연출 능력에 따라 관객이 느끼는 감동의 정도에 엄청난 차이가 나는 것이 바로 이 때문이다. 따라서 목적에 맞는 적절한 스토리를 활용해야 함은 물론이고, 어떻게 전달할 것인지가 중요한 항목이다.

이와 같은 스토리텔링은 인터넷과 디지털 매체가 발달하면서 더욱 강력해지고 있다고 해도 과언이 아니다. 신문이나 TV같은 대중매체는 자신의 의견을 제시할 기회가 적었지만, 요즘은 인터넷을 통해서 온라인으로 자신의 의견을 누구나 자유롭게 표현해 낼 수 있기 때문이다. 이것이 바로 디지털 스토리텔링이다.

디지털 스토리텔링이란 디지털 기술을 매체 환경 또는 표현 수단으로 수용하여 이루어지는 스토리텔링이다. 영화를 비롯한 미디어 영상물은 대개 여섯 단계의 표준 제작 공정으로 만들어진다. ①기획 개발(Development) ②제작 준비(Pre-Production) ③제작(Production) ④후반 작업(Post-Production) ⑤배급(Distribution) ⑥상영(Exhibition)이 그것이다. 디지털 스토리텔링이란 ①에서 ⑥에 이르는 매체 환경 전체에 디지털 기술이 수용되거나, 최소한 ①에서 ④에 이르는, 이야기에서 담화까지의 창작에 표현 수단으로 디지털 기술이 수용된 경우를 말한다.

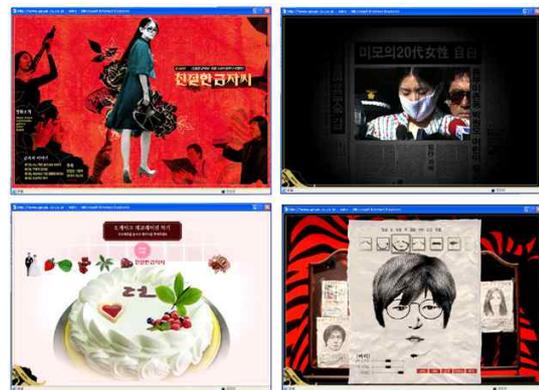
디지털 스토리텔링은 과학 기술의 발전과 동시에 이에 대응하는 일정한 스토리 스킬(Story Skill)을 포함하게 된다. [그림 2]에서 보듯이 디지털 스토리텔링은 과학 기술이 단순한 것에서 복잡한 것으로 진화하듯이 스토리 스킬 또한 구비 문학 시대의 형식적인 기교에

서 복잡하고 다양해진 첨단 기교로 발전해 나간다.⁹⁾



[그림 2] 스토리 스킬의 발전 과정

앞에서 말한 스토리 스킬의 발전은 웹 사이트에서도 마찬가지로 발전해 나갔다. 이런 디지털 스토리텔링이 접목된 대표적인 사이트로 영화 '친절한 금자씨' 사이트를 꼽을 수 있다.



[그림 3] 영화 '친절한 금자씨' 웹 사이트¹⁰⁾

[그림 3]에서 보듯이 '친절한 금자씨' 사이트는 영화의 내용을 사용자와 같이 풀어나가는 전형적인 스토리텔링을 첨가한 사이트라고 할 수 있다. 사이트 사용자들이 케이크 만들거나, 몽타주를 만들어서 메일로 아는 사람들에게 전송할 수 있는 시스템을 구축함으로써 스토리텔링속으로 사람들을 참여시키는 효율적인 디지털 스토리 스킬을 구축하였다.

비단 스토리텔링이 이야기를 중심으로 하는 영화나 애니메이션 사업에서만 국한 되는 것은 아닐 것이다.

디지털 스토리텔링이 가장 유용하게 쓰일 수 있는 분야가 바로 엔터테인먼트(entertainment)사업 분야이다.

9) , 고육, 전봉관, 강심호, 전경란, 배주영, 한혜원, 이정엽 지음, 디지털 스토리텔링, 황금가지, 2003, p13-17

10) 영화 '친절한 금자씨', <http://www.geum-ja.co.kr/>

오락성을 지닌 사업의 가장 대표적인 것은 바로 테마 공원이다. 그 중에서도 디즈니랜드는 스토리텔링을 이용한 마케팅으로 크게 발전해 나가고 있다. 디즈니랜드의 중심은 누가 뭐라고 해도 애니메이션 사업이었다. 우리는 어린시절 디즈니 만화를 자주 보면서 자라왔다. 이를 이용해서 디즈니랜드는 만화에 나왔던 스토리들을 놀이공원에 심어갔고, 그 결과 어린아이들은 만화속 환상의 공간에 온 듯한 느낌을 가지면서 좋아했다. 어른들은 어린 시절의 향수를 느끼면서 자신의 순수했던 어린 시절을 회상하게 되면서 즐거워했다.

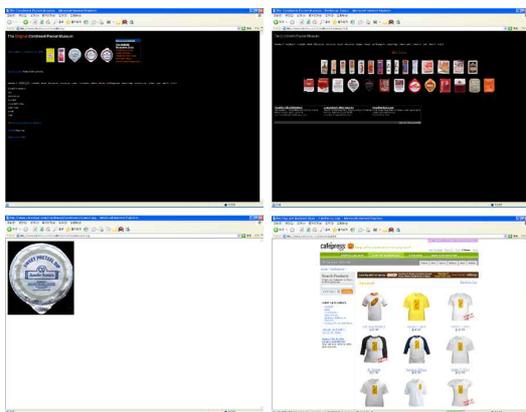
또한 ‘공포의 탑’, ‘목근 물 코스트’같은 놀이기구는 놀이기구의 특성에 맞는 스토리를 정하고 기구를 타러가는 입구나 대기 시간동안 보는 배경 이미지를 그 스토리에 맞게 보여 줌으로서 놀이기구가 단순히 타는 즐거움에서 벗어나 하나의 이야기를 듣고 체험하고 나오는 형식을 갖추면서 크게 성공하게 되었다.

3. 4 웹 인터페이스 디자인

3-1. 3 웹 인터페이스 디자인 분석

현재 온라인 안에는 수많은 정보와 광고를 지니고 있는 웹 사이트들이 존재하고 있다. 이중에는 사이트의 특징과 특성에 맞는 디자인 인터페이스를 가지고 있는 사이트도 있는 반면, 사이트의 성격을 전혀 무시한 안 좋은 사이트들도 많이 존재하고 있다. 또한 더 좋은 디자인 인터페이스로 리뉴얼이 가능한 사이트들도 있다.

그럼 개선 방안을 가지고 있는 웹 사이트들의 분석을 통해서 그 문제점은 무엇이며 어떻게 개선돼야 할 것인지에 대해서 알아보도록 하겠다.



[그림 4] 외국 소스 제작회사 사이트¹¹⁾

[그림 4]의 사이트는 외국에서 음식에 뿌려먹는 소스를 제작하는 회사의 사이트이다. 좌측상단의 그림이 첫 인트로 페이지이다. 전체적으로 연동, 즉 링크가 걸려 있는게 제품의 특성과는 전혀 상관없는 아주 단순하게 제작이 되어 있다. 단순히 제품의 특성별로 제품을 보여주는 페이지와 그 제품을 클릭 하였을 때 제품의 이미지를 그냥 보여주는 형식에 지나지 않는다.

또한 우측하단의 페이지는 제품을 응용한 이벤트 물품을 판매하는 사이트로 같이 연동이 걸려있는데 전혀 연관적인 디자인이 되어 있지 않고 있다. 소스의 사용법이나 이런 소스를 사용하기 전의 상황을 스토리에 맞게 재미있게 제작하여 이를 스토리텔링 방식으로 사이트에 적용하는 것이 재미있게 사이트를 운영하는 방식이라고 하겠다.

또한 이 사이트는 디자인 전체적인 이미지 구현에서도 실패했다고 하겠다. 소스라는 것은 사람의 입으로 들어가는 식품을 담고 있는 제품이다. 그러면 사람들이 이 물건을 구매하려고 웹 사이트를 방문 했을 때 과연 검은 바탕에 제품들을 보고 식욕이 발산되어 이 제품들을 구매할 것인가이다. 이것은 어떻게 보면 GUI에서 가장 중요한 기본적인 디자인요소가 배제 되었는지도 모를 일이다. 상큼하고 깨끗한 분위기를 내던지 아니면 제품각자가 가지고 있는 맛을 시각적으로 끌어와서 각각의 제품 특성에 맞는 이미지를 연출해야 한다.

[그림 5]는 독도 박물관 사이트이다. 이 사이트의 주요 목적은 독도박물관에 대한 광고 효과와 홍보도 중요하지만 지속적인 방문자를 확보하고, 그 방문자를 통해서 사람들 속에 독도하면 박물관이 생각나도록 하는데 있다고 하겠다. 전체적인 이미지의 느낌이나 레이아웃 같은 경우는 한국적으로 괜찮은 느낌을 가지고 있지만, 페이지와 페이지를 이어줄 수 있는 버튼이나 아이콘의 활용도가 떨어진다.

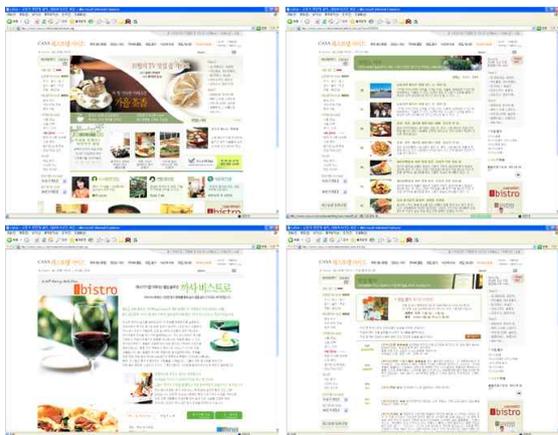
첫 페이지에서 텍스트로 이루어진 버튼들로만 많은 페이지를 연동시키려고 하다보니 자신이 원하는 콘텐츠 페이지를 찾는 것이 쉽지 않았다. 전체적으로 메인 버튼들을 주목성이 강하게 표출되도록 형성돼야 하고 텍스트로만 일관하고 있는 버튼들을 아이콘을 이용하여 재미있는 한국적인 이야기 거리를 가미시켜서 작은

11) 조미료 제가회사, <http://www.clearfour.com/condiment/>

버튼하나에도 스토리텔링을 통한 독도 박물관의 이미지를 상기시키는 방법이 더욱 효과적인 방법이 될 것이라고 예상된다.



[그림 5] 독도 박물관 사이트¹²⁾



[그림 6] CASA 레스토랑 가이드 사이트¹³⁾

[그림 6]의 사이트는 온라인 상에서 레스토랑의 정보를 주고받을 수 있고, 서로의 의견을 게시판을 통해 공유할 수 있는 레스토랑 가이드 사이트이다. 전체적인 분위기는 식도락을 자극할 수 있는 이미지를 표현하였지만 레이아웃자체가 전반적으로 상당히 산만하다는 것을 알 수 있다. 서로 정보를 교류하는 사이트의 목적에 걸맞지 않고 마치 제품광고 사이트나 포털 사이트처럼 너무 많은 콘텐츠들을 한 화면에 담아내려는 레

이아웃이 사용자의 눈을 분산시키고 있다. 상단의 메뉴를 좌측에도 열거함으로서 전체적인 스토리상에도 문제가 있다고 분석된다.

페이지를 보는 사람의 눈도 하나의 스토리텔링이라고 말할 수 있다. 눈이 페이지를 하나하나 읽어 나가면서 자신의 이야기를 찾고 있고 사이트는 그런 사용자의 욕구에 맞게 스토리를 전개해 주어야 하기 때문이다.

하지만 전체적인 레이아웃이 산만해지면서 이런 스토리텔링에 문제를 안고 있는 것이다.

3-2. 디자인 스토리텔링

앞서 현재 온라인 웹 사이트들 중 개선점을 안고 있는 몇몇 사이트를 통해서 앞으로 어떻게 웹 인터페이스가 진화해 나가야하는지에 대해서 문제를 제기하였다. 그럼 과연 앞으로 발전해 나가야할 웹 사이트의 방향은 어떤 방향일 것인가? 각 디자인 요소별로 그 방향이 다르겠지만 이러한 각각의 요소들이 합쳐져서 조화를 이루어 내야지만 전체적인 인터페이스가 유저빌리티에 맞게 발전해 나갈 것이다.

첫째로 전체적인 연동부분이다. 즉 하이퍼링크가 어떻게 걸려 있는가는 사용자가 전체적인 웹 인터페이스를 가능하는데 가장 중요한 요소이다. 영화를 볼 때도 화면구성이 아무리 좋고, 특수효과가 멋있게 들어간 영화도 전체적인 스토리가 재미없으면 관객들은 그 영화를 재미있다고 말하지 않는다. 인터페이스도 마찬가지다. 디자인이 아무리 세련됐다고 해도 전체적인 연동에 무리가 있고, 지루한 연동을 가진 웹 사이트라면 사용자들은 불편을 느끼거나 지루함을 느껴서 그 사이트를 편리하고 좋은 사이트라고 말하지 않는 것과 마찬가지인 것이다. 즉 페이지와 페이지간의 트랜스효과를 얼마나 자연스럽게, 재미있는 소재를 가지고 하느냐에 달려 있는 것이다. 그래서 스토리를 가지고 일관성 있게 스토리를 풀어나가는 형식의 사이트가 재미도 있고 스토리텔링이 제대로 된 사이트라고 사람들은 생각하게 되며 이러한 사이트는 사람들 사이에서 인기 있는 사이트로 발전해 나가게 되는 것이다.

둘째로 그래픽적인 측면, 즉 전체적인 이미지 부분이다. 특히 메인페이지에서의 이미지 한 장은 그 사이트가 말하려고 하는 스토리텔링의 반 이상을 그 한순간에 전달해 줄 수 있는 큰 요소인 것이다. 사진에 한정되는 것이 아닌 사이트에서 보여 지는 이미지는 전체

12) 박물관 사이트, <http://www.dokdomuseum.go.kr/>

13) CASA 레스토랑 가이드 사이트,
<http://www.casa.co.kr/restaurant/main.jsp>

적인 이야기를 돕는 첫 번째 요소인 것이다. 이러한 이미지가 무빙(Moving)이 없는 이미지이던지 플래시적인 움직임을 가지고 있는 이미지이던지 전체적인 이야기를 형성하는데 중요한 역할을 한다. 그래서 점점 스토리텔링이 용이한 플래시를 이용한 웹 사이트들이 늘고 있는 것도 이러한 이유에서일 것이다.

셋째로 버튼과 아이콘 부분이다. 페이지와 페이지를 연결해주는 버튼은 마치 우리가 문을 열 때 문손잡이와 같은 역할을 한다고 하겠다. 즉 화면상에서 버튼의 가시성을 아주 뛰어나야 한다. 하지만 방을 찾았어도 이 방이 사용자가 들어가야 할 방이 맞는지, 아닌지는 판단하기 어렵다. 이렇듯이 웹 사이트에 있는 버튼들은 사용자의 유저빌리티를 높이기 위해 정확한 버튼의 이름을 알려주어야 한다. 단 텍스트만을 이용한 버튼은 재미가 떨어지게 마련이다. 그래서 아이콘이라는 분야가 각광을 받는다. 하지만 이런 아이콘을 이용한 버튼에 시간적인 요소를 가미하여 스토리를 부여 했을 때는 더욱 그 역할이 뛰어나게 된다. 사이트의 연동처럼 큰 이야기는 아니지만 작은 스토리텔링을 말함으로서 의미진달을 재미있고 쉽게 해줄 수 있는 것이다.

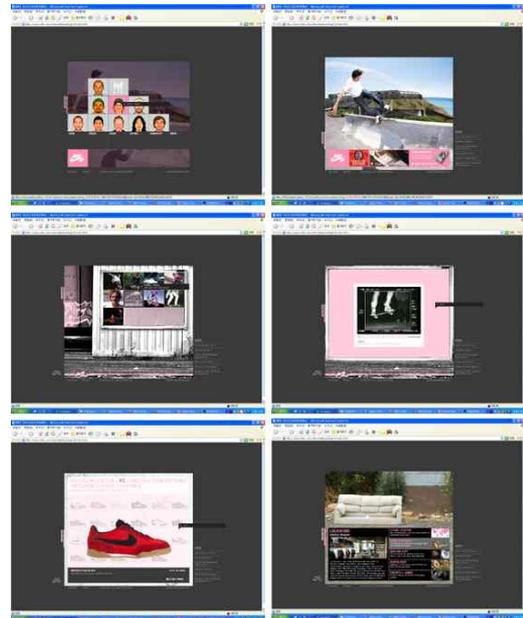
3-3. 통한 4차원적 웹 인터페이스

웹 사이트 인터페이스 디자인에 있어서도 4차원적인 시간개념의 도입과 함께 많은 것이 바뀌게 되고 있다. 단순히 시간의 개념 도입으로 인하여 각 디자인에 무빙이 첨가된 것이 4차원적 디자인이라고 말하기에는 무리수가 따른다. 그럼 4차원적 디자인은 과연 무엇일까? 그것은 스토리텔링이 함유된 디자인이 바로 4차원적인 웹 인터페이스 디자인이라고 할 수 있다. 영화나 애니메이션에서 주로 많이 중요성이 강조 되 오던 스토리텔링이 GUI 디자인까지 도입된 것은 그만큼 이유가 존재할 것이다. 그 이유는 바로 웹 사이트의 네비게이션 자체에 재미있고, 극적인 요소를 첨가하는 것이 사용자로 하여금 강하게 인상을 심어주고 웹 사이트 제작자는 사이트제작을 성공적이었다고 말할 수 있기 때문일 것이다.

[그림 7]의 나이키 스케이트보딩 슈즈 사이트는 이런 사용자들의 욕구를 잘 충족시켜 줬다고 볼 수 있다. 기존의 신발계품 광고사이트는 신발의 이미지와 홍보에만 여념 없었다. 하지만 이 사이트는 실제 스케이트보딩 선수들의 이미지와 그 선수들의 묘기 사진 등을 함

께 수록하여 사이트에 스토리를 첨가 시켰다.

또한 각 선수들의 페이지는 여러 사진들을 특별한 버튼 없이 사진자체에 버튼을 심어놓고 좌우를 클릭하면서 볼 수 있도록 제작되었다. 그러면서도 제품사진을 함께 수록하면서 제품의 홍보효과와 사용자들의 재미를 함께 잡았다고 하겠다. 네비게이션의 방법적인 측면에서도 스토리텔링기법을 함유시켜서 글로벌 네비게이션 버튼이 상하로 움직이면서 언제 어느 페이지에서나 이동을 편리하게 제작했다.

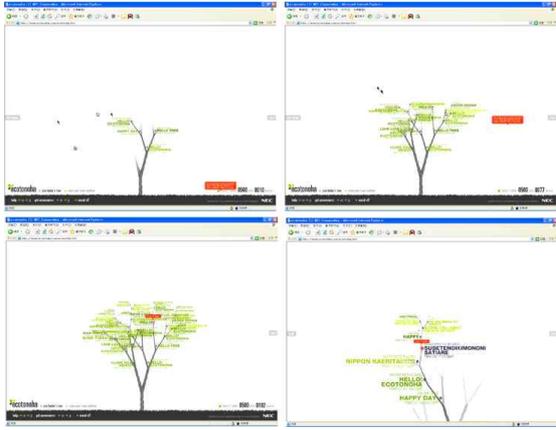


[그림 7] 나이키 스케이트보딩 슈즈 사이트¹⁴⁾

[그림 8]의 사이트는 NEC라는 일본 전자제품회사에서 프로젝트 형식으로 제작한 사이트이다. 이 사이트는 한국에서 제작한 사이트가 아님으로 전체적인 스토리를 영화처럼 알 수가 없다. 하지만 누구나 이 사이트에 접속했을 때 재미있다는 생각을 하게 된다. 그 이유는 사이트에 접속하게 되면 맨땅에서 나무가 자라나게 된다. 이게 스토리의 모든 것이다. 그냥 보면 이게 무슨 스토리텔링인가 하겠지만 절대 광범위한 스토리를 담고 있어야지 성공할 수 있는 스토리가 GUI 디자인상에서의 스토리가 아니다.

14) 스케이트보딩 슈즈 사이트,

<http://www.nike.com/nikeskateboarding/v2/main.html>



[그림 8] NEC Ecotonaho Project 사이트¹⁵⁾

또한 그 스토리자체가 네비게이션 역할을 수행하게 했기 때문에 이 사이트가 재미있는 사이트가 된 것이다. 즉 사용자가 참여해서 피드백(feed back)을 얻기 때문에 간단한 스토리만으로도 극대화된 스토리텔링의 효과를 창출해 낼 수 있다.

독특한 전개 방식의 사이트도 결국 디지털 스토리텔링 기법이 만들어낸 것이라고 말해도 과언이 아닌 것이다.

4.

이제 사람이 사회를 살아가는데 있어서 웹이라는 온라인 매체는 숨을 쉬는 것과 같이 생활에 스며들어 없어서는 안 될 매체가 되어가고 있다. 앞으로 온라인세상은 점점 반대해지고 커져서 그 안에서 더욱 진화해 나갈 것이다. 이와 같은 흐름은 거스를 수 없는 패러다임의 변화인 것이다.

이것은 디자인에서도 마찬가지로의 흐름으로 작용하고 있고 근 미래에는 CRT, LCD등 여러 매체를 통한 디자인은 더욱 각광받는 디자인분야로 성장해 나갈 것이다. 이는 세계가 IT중심으로 빠르게 발전해 나가고 있고, 과학보다는 공학에 힘을 기울이는 시대가 도래했음을 의미한다. 이는 디자인 또한 공학과 함께 발전해 나가야만 하는 분야가 커지고 있다. 웹, 모바일, 게임, 프로그래밍등 GUI 디자인이 요구되는 분야는 앞으로

도 무궁무진하다. 왜냐하면 더욱 발전된 매체는 앞으로도 많이 쏟아져 나올 것이기 때문이다.

이렇게 GUI 디자인이 필요시 되면서 유저들은 옛날의 TV디자인과 현재의 PDP TV디자인이 하늘과 땅차이듯이 점점 나은 디자인을 요구하고, 편리한 디자인을 요구하고, 세련된 디자인을 요구할 것이다. 어쩌면 이것은 아주 당연히 생기는 욕구들 일지도 모른다.

그럼 디자이너는 이런 욕구를 충족시켜줄 의무를 가지고 있다. GUI 디자인도 3차원적인 디자인에서만 머물 수 있는 단계를 넘어섰다고 생각해야할 시점인 것이다. 4차원적 디자인, 즉 공간까지만 생각하지 말고 시간까지 생각해서 디자인을 해야 한다는 결론이 나온다. 그럼 시간이라 하면 무엇을 이야기하는 것인가? 바로 스토리를 가진 인터페이스 디자인이 필요시 된다는 것이다.

스토리텔링에 기초를 둔 웹 사이트 인터페이스가 지금도 관심을 끌고 있고, 앞으로는 스토리텔링이 특별한 기법이 아닌 웹 사이트 상에서 보편적인 GUI 디자인 요소 중에 하나로 발전해 나갈 것이다.

참고문헌

- 1) 오종혁저, 성공적인 웹 사이트 구축을 위한 웹 기획 & 웹프로젝트 매니지먼트, 영진닷컴, 2002, p.21
- 2) Jennifer Fleming, WEB NAVIGATION, 한빛미디어, 2000, p.28
- 3) 임도현, 웹유저빌리티, 영진닷컴, 2002, p.20 p.194
- 4) 카이호 히로유키 외 공저/ 박영목, 이동연 옮김, 인터페이스란 무엇인가, 지호, 1998, p.37
- 5) 민영삼, 휴대용 기기의 인터페이스에 관한 연구, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원 퓨전디자인학과, 2004, p.4
- 6) 일본인간공학회 스크린 디자인 연구회 편저 / 이진호, 이남식 옮김, graphic user interface GUI 디자인 가이드, 안그래픽스, 2003, p.12~19
- 7) 이인화, 교육, 전봉관, 강심호, 전경란, 배주영, 한혜원, 이정엽 지음, 디지털 스토리텔링, 황금가지, 2003, p.13~17

15) NEC Ecotonaho Project

<https://www.ecotonoha.com/ecotonoha.html>